Les habitudes de voyage des Canadiens et l'incidence d'un dollar canadien plus faible

Printemps 2000

Planification et recherche des marchés

Une généreuse nature

Commission canadienne du tourisme
Canadian Tourism Commission

Canada

102-06374/

Les habitudes de voyage des Canadiens et l'incidence d'un dollar canadien plus faible

Printemps 2000

Préparé par :

Roper Reports Canada

pour :

La Commission canadienne du tourisme

Données de catalogage avant publication de la Bibliothèque nationale du Canada

Vedette principale au titre :

Les habitudes de voyage des Canadiens et l'incidence d'un dollar canadien plus faible : printemps 2000

Publ. aussi en anglais sous le titre : Canadian vacation travel habits and the impact of the lower canadian dollar.

ISBN 0-662-85872-7
No de cat. C86-119/2001F

1. Tourisme -- Canada -- Statistiques.
2. Tourisme -- Canada.
3. Voyageurs -- Canada.
I. Roper Reports Canada (Firme)
II. Commission canadienne du tourisme.

G155.C3C31 2001 338.4'791710468 C2001-980178-5

Table des matières

Historique 1

Résumé 3

Voyages d'agrément au cours des 12 derniers mois 3

Incidence d'un faible dollar canadien 5

Voyages d'agrément au cours des 12 prochains mois 5

Voyages d'agrément de deux nuits ou plus au Canada au cours des 12 derniers mois 5

Voyages d'agrément de deux nuits ou plus aux États-Unis au cours des 12 derniers mois 6

Incidence d'un dollar canadien plus faible sur les projets de vacances à l'étranger 7

Incidence d'un dollar canadien plus faible sur les projets de vacances à l'étranger 7

Probabilités de vacances à l'étranger en raison d'un dollar canadien plus faible 8

Probabilités de vacances au Canada en raison d'un dollar canadien plus faible 8

Changements dans les habitudes de voyage à l'étranger attribuables à un dollar canadien plus faible 9

Projets de voyages d'agrément au Canada au cours des 12 prochains mois 10

Projets de voyages d'agrément aux États-Unis au cours des 12 prochains mois 11

Confiance des consommateurs 12

Méthode de l'enquête 13

Étape I - Sélection des collectivités 13

Étape II - Sélection d'unités primaires d'échantillonnage 14

Étape III - Sélection des ménages à l'intérieur des SD 14

Étape IV - Sélection des individus à l'intérieur des ménages 15

Pondération et fiabilité de l'échantillon 15

Historique

La Commission canadienne du tourisme a demandé à Starch Research Services, dans le cadre de son service Roper Reports Canada, d'examiner l'incidence, le cas échéant, d'un dollar canadien plus faible sur les habitudes et les préférences des voyageurs d'agrément canadiens.

En plus d'examiner l'incidence d'un dollar plus faible sur les habitudes et les projets de voyage d'agrément des Canadiens, la Commission souhaitait suivre l'évolution des habitudes de voyage des Canadiens en général aux fins de vacances[1] (deux nuits ou plus) au Canada et aux États-Unis, au cours des douze mois précédents et des douze mois suivants.

Roper Reports Canada est un service de recherche commune semestrielle qui fournit des renseignements sur les marchés et les tendances à un large éventail de clients des secteurs public et privé. Le service consiste en une enquête à domicile menée au printemps et à l'automne auprès d'un échantillon représentatif de 1 200 adultes canadiens de 18 ans et plus.

L'enquête du printemps 2000 a été effectuée à l'échelle nationale au moyen d'interviews à domicile de 1 208 adultes canadiens. Le travail sur le terrain s'est fait entre le19 juin et le 17 août 2000.

[1] *Du printemps 1995 au printemps 1998, les « vacances » étaient définies comme un séjour de trois jours ou plus au loin. Cette définition a été modifiée en faveur de deux nuits ou plus à partir de l'enquête de l'automne 1998.*

Résumé

Les résultats de l'enquête Roper Canada du printemps 2000 révèlent de modestes augmentations des voyages des Canadiens au cours des 12 derniers mois et la possibilité d'une forte croissance des voyages intérieurs au cours de l'année qui vient.

Les voyages d'agrément au Canada ont augmenté, passant de 39 p. 100 à l'automne 1999 à 43 p. 100 pour la période de l'enquête. Les voyages aux États-Unis ont augmenté légèrement pour passer de 15 p. 100 à 17 p. 100 au cours de la même période.

La faible valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain continue à préoccuper les planificateurs de vacances. Par ailleurs, il faut faire plus pour convaincre les Canadiens que des vacances au Canada sont plus abordables qu'un voyage à l'étranger.

La confiance des consommateurs demeure chancelante, 26 p. 100 des Canadiens seulement croyant que c'est un « bon moment pour acheter ».

Voyages d'agrément au cours des 12 derniers mois

- À 43 p. 100, les voyages intérieurs ont augmenté de quatre points de pourcentage par comparaison à leur plus bas niveau enregistré lors de l'enquête de l'automne 1999.

- À 17 p. 100, les voyages aux États-Unis ont augmenté de deux points de pourcentage par comparaison à l'automne 1999, mais sont bien inférieurs à ce qu'ils étaient en 1998 et les années précédentes.

Incidence d'un faible dollar canadien

- 74 p. 100 des Canadiens considèrent que la valeur du dollar est un facteur clé dans la planification des vacances.
- 55 p. 100 d'entre eux accordent plus d'importance à cette question qu'il y a deux ans.
- Les Canadiens plus âgés (de plus de 65 ans) semblent envisager cette question dans une perspective différente et moins s'en préoccuper.

Voyages d'agrément au cours des 12 prochains mois

- 51 p. 100 des Canadiens se proposent de faire un voyage intérieur, soit une augmentation de dix points de pourcentage par comparaison à l'automne 1999.
- Les voyages d'agrément des Canadiens aux États-Unis devraient continuer à diminuer.
- Les efforts de l'industrie touristique pour promouvoir les voyages au Canada sont couronnés de succès, 46 p. 100 des répondants reconnaissant leur influence.

Voyages d'agrément de deux nuits ou plus au Canada au cours des 12 derniers mois

Q. *Avez-vous fait un voyage d'agrément de deux nuits ou plus au cours des 12 derniers mois (au Canada)?*

Figure 1

	Printemps 1995	Automne 1995	Printemps 1996	Automne 1996	Printemps 1997	Automne 1997	Printemps 1998	Automne 1998	Automne 1999	Printemps 2000
Oui	45	50	46	44	40	46	48	47	39	43
Non	55	50	54	56	60	54	52	53	61	57

Bien que 43 p. 100 seulement des Canadiens interrogés aient fait un voyage intérieur de deux nuits ou plus au cours des 12 derniers mois, ce chiffre représente une modeste amélioration par comparaison au taux le plus bas signalé à l'automne 1999, soit 39 p. 100.

Le revenu du ménage est de toute évidence un facteur clé dans les décisions de vacances : 69 p. 100 de ceux qui gagnent plus de 50 000 $ par année ont pris des vacances par comparaison à 41 p. 100 de ceux qui font moins de 30 000 $. Les personnes mariées ont également été beaucoup plus nombreuses à prendre des vacances, soit 62 p. 100, par comparaison à 49 p. 100 des célibataires. Les considérations familiales demeurent très importantes puisque 83 p. 100 des familles ayant des enfants de moins de 18 ans qui ont pris des vacances ont fait un voyage au Canada.

D'un point de vue régional, les Canadiens des provinces Atlantiques ont été les plus nombreux à prendre leurs vacances au Canada avec un taux de 94 p. 100 par comparaison à 71 p. 100 seulement des vacanciers de l'Ontario.

Voyages d'agrément de deux nuits ou plus aux États-Unis au cours des 12 derniers mois

Q. *Avez-vous fait un voyage d'agrément de deux nuits ou plus au cours des 12 derniers mois (aux États-Unis)?*

Figure 2

	Printemps 1995	Automne 1995	Printemps 1996	Automne 1996	Printemps 1997	Automne 1997	Printemps 1998	Automne 1998	Automne 1999	Printemps 2000
Oui	20	23	23	22	22	24	27	17	15	17
Non	80	77	77	78	78	76	73	83	85	83

Le nombre de Canadiens qui ont choisi de prendre des vacances aux États-Unis au cours des 12 derniers mois a augmenté légèrement depuis l'enquête de l'automne 1999 pour passer de 15 p. 100 à 17 p. 100. Néanmoins, cela représente une très forte baisse par comparaison au sommet de 27 p. 100 enregistré lors de l'enquête du printemps 1998.

Les Canadiens plus âgés continuent à se classer parmi les plus fervents adeptes des voyages aux États-Unis, le pourcentage étant de 41 p. 100 pour la catégorie des 65 ans et plus, par comparaison à 18 p. 100 seulement pour les 25 à 34 ans. Alors que les personnes mariées et les célibataires se répartissent à peu près également, 26 p. 100 seulement de ceux qui ont pris des vacances aux États-Unis avaient des enfants de moins de 18 ans.

Les Canadiens de l'Ontario et de la Colombie-Britannique continuent à être les plus nombreux à prendre des vacances aux États-Unis avec 36 p. 100 et 32 p. 100 respectivement, par comparaison à 17 p. 100 seulement pour les résidents de l'Atlantique. La Floride et New York demeurent les destinations les plus populaires pour les Canadiens.

Incidence d'un dollar canadien plus faible sur les projets de vacances à l'étranger

Q. *La valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain est-elle un facteur important lorsque vous choisissez comment, quand et où vous pourriez passer vos prochaines vacances de deux nuits ou plus?*

Très important	52 %
Assez important	22
Pas très important	9
Pas du tout important	17
Non mentionné	1

La valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain continue à jouer un rôle déterminant dans les projets de vacances des Canadiens, 74 p. 100 d'entre eux reconnaissant que c'est un facteur « très important » ou « assez important ». Le chiffre correspondant était de 78 p. 100 lors de l'enquête de l'automne 1998.

Bien que les Canadiens aient tendance à avoir des vues très semblables à ce sujet, ceux qui ont 65 ans et plus semblent moins s'en préoccuper que d'autres.

Incidence d'un dollar canadien plus faible sur les projets de vacances à l'étranger

(Par comparaison à il y a deux ans)

Q. *Par comparaison à il y a deux ans, la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain est-elle un facteur qui compte plus, qui compte moins ou qui ne change rien lorsque vous choisissez comment, quand et où vous pourriez passer vos prochaines vacances de deux nuits ou plus?*

Facteur plus important	55 %
Facteur moins important	4
Ne change rien	40
Non mentionné	1

Les Canadiens continuent à attacher de l'importance à la valeur de leur dollar, 55 p. 100 d'entre eux ayant indiqué que c'est un facteur qui intervient plus qu'il y a deux ans dans leurs projets de vacances à l'étranger. Une fois de plus, les Canadiens plus âgés sont moins préoccupés par cette question qui ne change rien aux projets de 54 p. 100 d'entre eux.

Probabilités de vacances à l'étranger en raison d'un dollar canadien plus faible

Q. *À cause du dollar canadien plus faible, y a-t-il plus de chances ou moins de chances que vous preniez des vacances à l'extérieur du Canada dans un avenir prochain?*

Figure 3

	Printemps 1995	Automne 1995	Printemps 1996	Automne 1996	Printemps 1997	Automne 1997	Printemps 1998	Automne 1998	Automne 1999	Printemps 2000
Plus de chances	6	8	8	9	7	6	7	6	6	9
Moins de chances	60	51	54	38	42	40	50	57	57	52
Aucune différence	34	41	38	53	52	54	43	37	37	38

Les Canadiens continueront à attacher de l'importance à la valeur de leur dollar dans le choix de leur destination et il y a moins de chances que 52 p. 100 d'entre eux prennent des vacances à l'étranger dans un avenir prochain en raison de sa faible valeur.

Bien que cette question soit importante de manière générale pour tous les groupes démographiques, elle préoccupe surtout les Canadiens qui sont mariés et ceux qui ont des enfants de moins de 18 ans.

D'un point de vue régional, ce sont les résidents de l'Ontario qui sont le moins préoccupés par la valeur du dollar canadien, 43 p. 100 d'entre eux ayant indiqué qu'elle ne change rien à leurs projets de vacances à l'étranger.

Probabilités de vacances au Canada en raison d'un dollar canadien plus faible

Q. *Y a-t-il donc plus de chances ou moins de chances que vous preniez des vacances au Canada en raison du dollar canadien plus faible? (Question posée à ceux qui ont indiqué qu'il y avait moins de chances qu'ils fassent un voyage à l'étranger à cause du dollar plus faible).*

Figure 4

	Printemps 1995	Automne 1995	Printemps 1996	Automne 1996	Printemps 1997	Automne 1997	Printemps 1998	Automne 1998	Automne 1999	Printemps 2000
Plus de chances	71	72	71	70	77	64	70	79	80	84
Moins de chances	11	13	12	9	9	19	9	9	7	8
Aucune différence	17	15	17	21	15	17	19	12	13	7

Les Canadiens ont été très nombreux à dire que la faible valeur de leur dollar les incitera à prendre leurs vacances au Canada. Le taux de réponse de 84 p. 100 pour « plus de chances » est le plus élevé dans toute l'histoire de cette enquête et représente 14 points de pourcentage de plus qu'il y a deux ans.

Bien que les réponses soient similaires d'un groupe à l'autre, les Canadiens dont le ménage a un revenu se situant entre 30 000 $ et 50 000 $ sont les plus catégoriques, 90 p. 100 d'entre eux étant plus susceptibles de prendre leurs vacances au Canada.

Une fois de plus, les résidents de l'Ontario ne sont pas aussi préoccupés par la valeur du dollar canadien que ceux d'autres régions, 78 p. 100 d'entre eux seulement ayant indiqué qu'il y avait « plus de chances » qu'ils prennent des vacances au Canada. Par comparaison, le taux de réponse dans cette catégorie a été de 95 p. 100 pour la région du Manitoba et de la Saskatchewan.

Changements dans les habitudes de voyage à l'étranger attribuables à un dollar canadien plus faible

Q. *En raison de la faiblesse du dollar canadien, certains vacanciers ont modifié leurs habitudes de voyage à l'étranger tandis que d'autres continueront à prendre leurs vacances comme d'habitude. Pourriez-vous lire les points énumérés ci-dessous et indiquer ceux qui pourraient s'appliquer à vous? (Question posée à ceux qui ont indiqué qu'il y avait « moins de chances » qu'ils prennent des vacances à l'étranger en raison d'un dollar plus faible ou que cela ne changeait rien).*

Figure 5

	Printemps 1995	Automne 1995	Printemps 1996	Automne 1996	Printemps 1997	Automne 1997	Printemps 1998	Automne 1998	Automne 1999	Printemps 2000
Faire moins de voyages	39	36	32	28	35	31	33	43	38	35
Continuer à prendre des vacances comme d'habitude	26	34	30	35	32	39	35	33	29	29
Faire un séjour plus court	30	24	24	20	20	21	21	27	32	33
Chercher des moyens moins coûteux de me rendre	25	23	26	23	22	22	23	26	30	27
Loger à des endroits moins coûteux	28	27	26	23	24	25	23	25	32	30
Manger dans des restaurants moins coûteux	23	21	20	16	17	17	17	18	23	22
Autre	6	9	10	6	7	10	7	4	7	6
Non mentionné	4	3	2	8	4	*	2	*	2	4

Les Canadiens qui se proposent de faire des voyages à l'étranger continueront à modifier leurs habitudes de voyage en raison de la plus faible valeur du dollar canadien. Des séjours plus courts et de moins nombreux voyages sont les résultats les plus probables. 29 p. 100 seulement des répondants ayant indiqué qu'ils se proposent de prendre des vacances comme d'habitude.

Les Canadiens plus âgés se sentent moins touchés par la valeur du dollar puisqu'ils ont indiqué qu'ils ne modifieraient probablement pas leurs habitudes de voyage.

Les résidents de l'Ontario sont plus susceptibles de prendre leurs vacances comme d'habitude (33 %) tandis que ce sont ceux du Manitoba et de la Saskatchewan qui ont le plus de chances de modifier en profondeur leurs habitudes de voyage.

Projets de voyages d'agrément au Canada au cours des 12 prochains mois

Q. *Vous proposez-vous de faire un voyage d'agrément de deux nuits ou plus au Canada au cours des 12 prochains mois?*

Figure 6

	Printemps 1995	Automne 1995	Printemps 1996	Automne 1996	Printemps 1997	Automne 1997	Printemps 1998	Automne 1998	Automne 1999	Printemps 2000
Oui	46	47	48	37	48	41	50	46	41	51
Non	43	44	44	52	44	49	40	46	52	44
Peut-être	11	9	8	11	8	10	10	8	7	5
Oui/ Peut-être	57	56	56	48	56	51	60	54	48	56

Au total, 51 p. 100 des Canadiens se proposent de prendre des vacances au Canada au cours des 12 prochains mois, soit dix points de pourcentage de plus qu'à l'automne 1999 et le taux le plus élevé enregistré dans l'histoire de cette enquête.

Les Canadiens au revenu élevé sont ceux qui ont le plus de chances de faire un voyage au Canada, 59 p. 100 des ménages ayant un revenu de 50 000 $ et plus se proposant de faire un voyage au cours des 12 prochains mois. Les Canadiens qui sont mariés (57 %) et ceux qui ont des enfants de moins de 18 ans (53 %) dépassent également la moyenne. Il y a plus de chances que les résidents du Manitoba et de la Saskatchewan fassent un voyage au Canada, 62 p. 100 comparativement à 47 p. 100 des Ontariens.

Les Canadiens n'ont pas nécessairement l'impression que des vacances au Canada constituent une aubaine : mis à part les coûts des déplacements, 29 p. 100 croient que des vacances au Canada coûtent beaucoup plus cher ou un peu plus cher que des vacances aux États-Unis tandis que 31 p. 100 croient que les coûts sont à peu près les mêmes.

Les efforts de l'industrie touristique pour promouvoir les voyages au Canada ont une incidence sur les Canadiens, 46 p. 100 d'entre eux ayant reconnu qu'ils sont attirés par les forfaits offerts, soit une augmentation de six points de pourcentage depuis l'automne 1999.

Projets de voyages d'agrément aux États-Unis au cours des 12 prochains mois

Q. *Vous proposez-vous de faire un voyage d'agrément de deux nuits ou plus aux États-Unis au cours des 12 prochains mois?*

Figure 7

	Printemps 1995	Automne 1995	Printemps 1996	Automne 1996	Printemps 1997	Automne 1997	Printemps 1998	Automne 1998	Automne 1999	Printemps 2000
Oui	15	18	19	20	18	19	18	14	16	15
Non	73	69	73	70	72	69	72	76	78	80
Peut-être	13	12	7	10	10	12	11	10	6	5
Oui/ Peut-être	28	30	26	30	28	31	29	24	22	20

Le nombre de Canadiens se proposant de prendre des vacances aux États-Unis a diminué tout au long de l'histoire de cette enquête et la tendance à la baisse se maintient. 20 p. 100 seulement des répondants ayant indiqué « oui/peut-être ». par comparaison à 22 p. 100 à l'automne 1999.

Ceux qui font partie de la catégorie des 65 ans et plus ont de plus fortes chances de s'aventurer dans le Sud (29 % oui/peut-être) tout comme ceux qui se situent aux paliers supérieurs de revenus.

La Floride demeure la destination de choix des vacanciers aux États-Unis (33 %) tandis que la Californie (15 %) s'est faufilée devant New York (14 %).

Confiance des consommateurs

Q. *Étant donné la disponibilité et le coût des choses aujourd'hui et compte tenu également de votre situation financière actuelle, diriez-vous que c'est le bon moment d'acheter les choses que vous voulez et dont vous avez besoin, qu'il vaudrait mieux attendre, ou ni l'un ni l'autre?*

Figure 8

	Printemps 1995	Automne 1995	Printemps 1996	Automne 1996	Printemps 1997	Automne 1997	Printemps 1998	Automne 1998	Automne 1999	Printemps* 2000
Bon moment pour acheter	23	20	17	28	25	29	31	24	26	26
Vaudrait mieux attendre	40	43	48	34	39	34	31	39	33	31
Ni l'un ni l'autre	33	33	33	35	33	34	36	34	39	40
Ne sait pas	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3

La confiance des consommateurs canadiens ne s'est pas améliorée depuis l'enquête de l'automne 1999 étant donné que 26 p. 100 d'entre eux seulement continuent à croire que c'est le « bon moment pour acheter ». Le taux de réponse de 40 p. 100 dans la catégorie « ni l'un ni l'autre » confirme cette incertitude.

Méthode de l'enquête

Taille de l'échantillon

À l'échelle nationale, 1 208 répondants de 18 ans et plus ont été interviewés en personne à domicile pour Roper Reports entre le 19 juin et le 17 août 2000.

Univers statistique

L'univers statistique englobait tous les individus de 18 ans et plus vivant au Canada, sauf les exceptions suivantes :

i) le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest ;

ii) les habitants de régions peu peuplées ;

iii) toutes les réserves indiennes ;

iv) les détenus ou les membres des forces armées ne vivant pas chez eux.

Distribution de l'échantillon

L'échantillon total de 1 208 individus a été réparti entre six régions du Canada : Canada Atlantique, Québec, Ontario, Manitoba/Saskatchewan, Alberta et Colombie-Britannique.

Sélection de l'échantillon

Un processus d'échantillonnage probabiliste à plusieurs degrés stratifié a été utilisé pour la sélection des lieux d'entrevue. Les chances qu'une collectivité soit incluse à chaque étape du processus de sélection étaient fondées sur les données du recensement de 1996.

Étape I - Sélection des collectivités

La première étape du processus de sélection d'un échantillon a consisté à classer les collectivités selon qu'elles constituent une région métropolitaine de recensement (RMR) ou une agglomération de recensement (AR).

Une région métropolitaine de recensement est une vaste région géographique comptant 100 000 habitants répartis autour d'un noyau urbanisé. Les agglomérations de recensement s'apparentent aux RMR pour ce qui est de leur définition, mais comptent entre 10 000 et 100 000 habitants.

Les populations étant définies comme des RMR ou des AR ont d'abord été stratifiées à l'intérieur de chaque région géographique selon un ordre décroissant. Les chances pour une RMR/AR d'être choisie étaient proportionnelles à sa population par comparaison à la région.

Les chances pour une collectivité particulière (définie comme étant une subdivision de recensement) d'être choisie à l'intérieur d'une RMR ou d'une AR donnée étaient proportionnelles à sa population par comparaison à l'ensemble de la RMR ou de l'AR.

Les RMR ou AR choisies avec des secteurs de recensement ont ensuite fait l'objet d'une stratification en fonction de la population selon un ordre décroissant. Les chances qu'un secteur de recensement particulier soit choisi étaient proportionnelles à sa population par comparaison à celle de la subdivision de la RMR/AR choisie pour une RMR/AR sélectionnée.

Les collectivités (définies comme étant des subdivisions de recensement) ne faisant pas partie d'une RMR ou d'une AR ont été stratifiées en fonction de la population à l'intérieur de chaque région géographique selon un ordre décroissant. Les chances qu'une subdivision de recensement particulière soit choisie dépendaient de la taille de sa population par rapport à la région géographique dont elle fait partie.

Étape II - Sélection d'unités primaires d'échantillonnage

L'unité primaire d'échantillonnage était le secteur de dénombrement. Un secteur de dénombrement ou SD compte habituellement au plus 375 ménages dans les plus grandes collectivités et au moins 125 ménages dans les plus petites.

Tous les SD d'une collectivité choisie (subdivision de recensement ou secteur de recensement) avaient des chances égales d'être choisis. Les intervieweurs devaient mener dix entrevues dans chacun des SD qui leur avaient été confiés.

Au total, 120 secteurs de dénombrement ont été choisis; 93 étaient situés à l'intérieur d'une RMR/AR tandis que 27 n'en faisaient pas partie.

Étape III - Sélection des ménages à l'intérieur des SD

Les intervieweurs ont reçu une carte géographique montrant clairement la région où devaient avoir lieu toutes les entrevues. Le point de départ était indiqué par un X sur chaque carte. Les intervieweurs devaient suivre la route indiquée sur la carte.

Des instructions détaillées ont été fournies à chaque intervieweur sur le mode de sélection des ménages pour les entrevues. De manière générale, ils devaient choisir des ménages le long de la route qu'ils étaient censés suivre.

Étape IV - Sélection des individus à l'intérieur des ménages

Une grille de sélection en X a été utilisée pour déterminer qui devait être interviewé si plus d'un membre qualifié du ménage était à la maison au moment où l'intervieweur téléphonait. Une seule entrevue par ménage était permise.

Pondération et fiabilité de l'échantillon

Les résultats de l'enquête ont été compensés en fonction de l'âge, du sexe et de la région pour correspondre à la population adulte canadienne de 18 ans et plus. Les résultats pour le Québec ont en outre été compensés en fonction de la langue le plus souvent parlée à la maison.

La marge d'erreur pour un échantillon aléatoire de 1 208 entrevues est de ± 2.8 p. 100 19 fois sur 20.